

INTISARI

Corporate Social Responsibility sudah bukan lagi menjadi hal yang dikesampingkan perusahaan. Kewajiban yang mengatur perusahaan harus melakukan tanggung jawabnya sudah menjadi salah satu fokus dari perusahaan dalam mengembangkan kegiatan bisnisnya. Dalam proses “*Making Indonesia 4.0*”, PT. Telkom Indonesia sebagai wujud tanggung jawabnya melakukan pembinaan bagi UMKM-UMKM dengan tujuan pemberdayaan yang berbasis teknologi. Telkom Craft Indonesia merupakan program keberlanjutan dari pembinaan UMKM melalui pameran UMKM terbesar di Asia Tenggara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Telkom Craft Indonesia dalam memberdayakan masyarakat melalui UMKM.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep pemberdayaan masyarakat menurut Wrihatnolo dan Dwidjowijoto dengan melalui tahapan penyadaran, pengkapasitasan, dan pemberian daya. Kemudian konsep ini diturunkan dalam konsep implementasi menurut Barau berupa proses pelaksanaan program yang dimulai dari identifikasi, persiapan dan analisa, persetujuan, implementasi, dan evaluasi.

Penelitian analisis-deskriptif kualitatif ini dilakukan di Yogyakarta dan Jakarta. Melalui metode *snowball* dan *purposive* dalam pemilihan unit analisis, informan dari penelitian ini adalah dari Divisi CDC Telkom di tingkat wilayah, regional, dan pusat. Serta Mitra Binaan Telkom Yogyakarta dan Jakarta yang mengikuti Telkom Craft Indonesia. Wawancara akan menjadi metode primer peneliti dalam menghimpun data yang kemudian akan diperkuat oleh data-data dokumentasi. Dari data yang sudah dikumpulkan, peneliti melakukan proses reduksi data yang kemudian akan di triangulasikan sebagai verifikasi atas keabsahan data yang sudah dikumpulkan.

Pelaksanaan program Telkom Craft Indonesia melalui proses identifikasi, persiapan dan analisa dalam bahasa Telkom adalah perencanaan, kemudian ada tahap persetujuan yang dilakukan pada tahap perencanaan, lalu kurasi dari wilayah hingga nasional, dan dilakukan implementasi, dan evaluasi. Dimana program ini merupakan keberlanjutan dari program CSR Telkom yaitu Program Kemitraan. Telkom Craft Indonesia sendiri telah sampai pada tahap pemberian daya dalam pemberdayaan masyarakatnya melalui membina dan mengembangkan UMKM agar menjadi mandiri dan siap bersaing di pasar nasional bahkan pasar global.

Keyword : Telkom Craft Indonesia, Memberdayakan Masyarakat, UMKM

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility are no more a “jokes” in company perspective. There is a law that control company to do a duty about responsibility on social terms now become focus of company to do their bussiness. In the process of “Making Indonesia 4.0”, PT. Telkom Indonesia as their responsibility, they trying to develop Micro, Small, & Medium Enterprises (Known as UMKM) with purposively do empowering with technology-based. Telkom Craft Indonesia are continuing coaching of micro, small, & medium enterprises in South East Asia biggest micro, small, & medium enterprises exhibition. This research purpose is know how Telkom Craft Indonesia empowering people withiin micro, small, & medium enterprises.

Researcher using community empowerment concept by Wrihatnolo and Dwidjowijoto that explain steps of empowerment start with increase awareness, capacity building, and power supply. This concept dismounted into implementation concept by Barau about process of implementation program start with identification, preparation and analysis, approval, implementation, and evaluation.

As a analytical-descriptive qualitative research, with implementation programme concept, this research are based on Yogyakarta and Jakarta. With snowball and purposive method in choosing analysis unit, informants of this research are from CDC Division of Telkom in state level, regional level, and national level. Of course with Mitra Binaan Telkom in Yogyakarta and Jakarta that take part in Telkom Craft Indonesia. Depth-interview are the primary method on gathering data and strengthened by documentation data. After that, researcher reduced the data and triangulated them with verification to validate the analyzed data.

The execution of Telkom Craft Indonesia are started with identification, preparation and analysis or in the Telkom terms are planning, and then approval that was included on planning steps. After that they did a curation from state level until national level, and then implementation, and evaluation. This program are continuing another Telkom’s CSR program, Program Kemitraan. Telkom Craft Indonesia already reach giving power step in empowering within coaching and developing micro, small, & medium enterprises to be independent and ready to compete in national or even global market.

Keyword : Telkom Craft Indonesia, Empowering People, Micro Small & Medium Enterprises